



**PENGARUH *RETAILING MARKETING MIX***  
**TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
**(Studi Kasus pada Alfamart Gondangmanis Depan Kampus**  
**UMK Jl. Lingkar Utara Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

**FATMAWATI**

NIM. 2012-11-134




**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**TAHUN 2017**

**PENGARUH *RETAILING MARKETING MIX***  
**TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
**(Studi Kasus pada Alfamart Gondangmanis Depan Kampus UMK Jl.**  
**Lingkar Utara Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2017

<p>Mengetahui, Ketua ProgDi</p>  <p><b><u>NOOR AZIS, SE, MM</u></b> NIDN. 0609107501</p>	<p>Pembimbing I</p>  <p><b><u>Drs. H. CHANAFI IBRAHIM, MM</u></b> NIDN. 0622085501</p>
<p>Mengetahui, Dekan</p>   <p><b><u>Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs., MM</u></b> NIDN. 0618066201</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p><b><u>NOOR AZIS, SE, MM</u></b> NIDN. 0609107501</p>

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

1. *Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. (Al Baqarah : 286)*
2. *Allah tidak akan mengubah nasib kaum sebelum kaum itu sendiri yang akan mengubahnya . (Al-Qur'an S. Ar Ra'ad ayat 11)*
3. *Ilmu lebih baik daripada harta, karena ilmu akan menjaga kamu dan semakin berkembang jika dimanfaatkan. Sedangkan harta kamulah yang menjaganya dan akan habis bila dinafkahkan (Ali Bin Abi Thalib RA)*

### Kupersembahkan Kepada :

1. Ayah dan Ibunda tercinta
2. Kakakku tersayang
3. Almamaterku

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH *RETAIL MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Alfamart Gondangmanis Depan Kampus UMK Jl. Lingkar Utara Kudus)**. Maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, baik secara moril maupun materiil. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus
2. Bapak Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, serta selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi.
3. Bapak Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi.

4. Bapak Iwan Suroso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan FE UMK yang telah memberi doa, bantuan dan dukungan serta telah memberikan banyak pengalaman yang berharga.
6. Sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sadar bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Amin.

Kudus, 2017

Penulis,

**FATMAWATI**  
NIM. 2012-11-134

## ABSTRAK

### **PENGARUH *RETAILING MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Alfamart Gondangmanis Depan Kampus UMK Jl. Lingkar Utara Kudus)**

**Fatmawati**

NIM. 2012-11-134

Pembimbing 1. Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM

2. Noor Azis, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran meliputi *merchandise*, harga, lokasi, *retail service*, promosi dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Gondangmanis Depan Kampus UMK Jl. Lingkar Utara Kudus baik secara parsial maupun secara berganda. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Sampel diambil sebanyak 96 responden. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner (angket), wawancara. Uji instrumen menggunakan validitas, dan uji reliabilitas. Pengolahan data menggunakan *scoring*, *editing*, dan *tabulating*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis statistik, analisis regresi berganda, uji hipotesis meliputi uji t test, F test (Anova), dan Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*).

Berdasarkan hasil Analisis Regresi dengan uji t (parsial) dan uji F (berganda) diperoleh kesimpulan adalah variabel bauran pemasaran meliputi *merchandise*, harga, lokasi, *retail service*, promosi dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Gondangmanis Depan Kampus UMK Jl. Lingkar Utara Kudus secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Variabel bauran pemasaran meliputi *merchandise*, harga, lokasi, *retail service*, promosi dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Gondangmanis Depan Kampus UMK Jl. Lingkar Utara Kudus secara berganda mempunyai pengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci : *Merchandise*, harga, lokasi, *retail service*, promosi dan *store atmosphere*, kepuasan konsumen.

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF RETAILING MARKETING MIX**  
**AGAINST CONSUMER SATISFACTION**

*(Case Study in front of the campus Alfamart Gondangmanis UMK)*

*Fatmawati*  
*NIM. 2012-11-134*

*Advisor 1. Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM*  
*2. Noor Azis, SE, MM*

*This research aims to test the influence of marketing mix includes merchandsise, price, location, service, retail promotions and store atmospheric effect on consumer satisfaction on a Gondangmanis Campus Alfamart UMK Kudus well partially or in multiple. This research type is explanatory research. Samples taken as many as 96 respondents. Using the method of data collection the questionnaire (question form), interview. Test instrument use, validity and reliability tests. Data processing using scoring, editing, tabulating and. Data analysis using descriptive analysis, statistical analysis, multiple regression analysis, hypothesis testing includes test *t* test, *F* test (Anova), analysis and Determination Coefficient (Adjusted *R* Square).*

*Based on the results of the regression analysis with test *t* (partial) and *F* (double) conclusion is the marketing mix variables include merchandsise, price, location, service, retail promotions and store atmosphere towards consumer satisfaction on a Gondangmanis Campus Alfamart UMK Kudus partially positive and significant influence. The marketing mix variables include merchandsise, price, location, service, retail promotions and store atmospheric effect on consumer satisfaction on a Gondangmanis Campus Alfamart UMK Kudus double influence of positive and significant.*

*Key words: Merchandsise, price, location, service, retail promotions and store atmosphere, consumer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	3
1.3. Perumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1. <i>Retail Marketing Mix</i> .....	7
2.2. Kepuasan Konsumen .....	16
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	17
2.4. Kerangka Pemikiran .....	19
2.5. Hipotesis .....	19



BAB. III. METODE PENELITIAN .....	21
3.1. Rancangan Penelitian .....	21
3.2. Variabel Penelitian .....	22
3.2.1. Jenis dan Sumber Data .....	24
3.2.2. Sumber Data .....	25
3.3. Populasi dan Sampel .....	25
3.4. Pengumpulan Data .....	25
3.5. Uji Instrumen Data .....	28
3.6. Analisis Data .....	20
3.7. Pengolahan Data .....	32
3.8. Analisis Data .....	33
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	39
4.2. Penyajian Data .....	47
4.3. Analisis Data .....	56
4.3.1. Analisis Regresi .....	56
4.3.2. Uji Hipotesis .....	57
4.3.3. Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	62
4.4. Pembahasan .....	63
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1. Kesimpulan .....	68
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	70

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas .....	30
3.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	32
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
4.4. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden .....	49
4.5. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga .....	50
4.6. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Lokasi ....	51
4.7. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Retail Service .....	52
4.8. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi ...	53
4.9. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Store Atmosphere .....	54
4.10. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen .....	55
4.11. Rekap Hasil Pengujian Hipotesis dengan Variabel Keputusan Pembelian .....	58

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian .....	19

